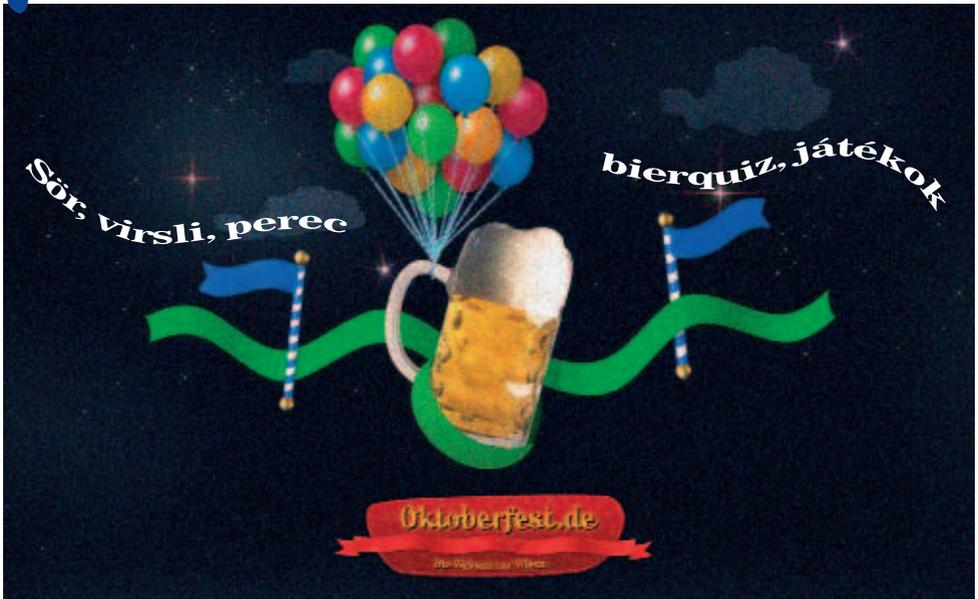


DW!

Német-diplomások
Egyesülete
információs kiadványa

13. évfolyam/Jahrgang
Nr. 3. szám Oktober 2006 október



Oktoberfest

a szokott helyen:

Bajor kolbászda

Bratwursthäusle (Budapest I. Gyorskocsi u. 6.,
a Batthyány téri csarnok mögött)

október 14. szombat

18 órától

KÖZGYŰLÉS

VOLLVERSAMMLUNG

 Egyesületünk alapszabályának megfelelően az Elnökség az éves Közgyűlést

**2006. november 18-án, szombaton délelőtt 10 órára hívja össze,
a Budapest, XIV. ker. Ajtósi Dürer sor 19-21. ELTE 128. sz. termébe**

Határozatképtelenség esetén az Alapszabály 10.§. 2.bek. alapján 10.30-kor a megismételt közgyűlés az eredeti napirendi pontokkal a megjelentek számától függetlenül határozatképesen ül össze.

Tagjainknak az Egyesület éves dokumentumai a közgyűlés előtt betekintésre rendelkezésre állnak.

Napirend:

1. Beszámoló a 2006-os év munkájáról, az aktuális gazdálkodási adatok ismertetése
2. A Felügyelő Bizottság beszámolója
3. A 2005. évi mérleg elfogadása
4. Tisztújítás
5. A 2007. év feladatai
6. Egyebek

Tekintettel az újság megjelenésének időpontjára, a még előttünk álló programokra, a Vezetőség és a Felügyelő Bizottság írásos beszámolója 2006 október 30-tól a honlapon lesz olvasható minden érdeklődő számára.

A Közgyűlésre minden tagot tisztelettel meghívunk és megjelenésére számítunk. Várjuk javaslataitokat és vállalásaitokat a további tevékenységünkhöz.

Az Egyesület vezetősége



DU-KIRÁNDULÁS
2006. június / Pilisszentkereszt / Szentkút

Sajnálhatja, aki nem jött el...

➔ Nem volt túl hosszú, nem volt túl meredek az út a Szentkútig, ami főleg nekem tetszett. Június első hétvégéjét fogtuk ki, amikor nem kellett attól tartani, hogy ránk szakad az ég. Emlékezzünk csak, az idén volt tavasz, hosszan, sok csapadékkal.

Pomázon találkozott a társaság, onnan autóval mentünk Pilisszentkeresztig, majd gyalog a forrásig. A rendbentartott, bekerített forrást, mely fölé a község kis kápolnát is emelt, nemcsak Pilisszentkereszt, de az egész vidék csodatevő helynek ismeri. Amióta vizétől néhányan meggyógyultak, szent helynek mondják, s évről évre nagyobb gondozásban részesítik. Épp egy ember töltögette a műanyag ballonokat, olyan módon hordva le ezeket a hegyről, mely a távol-keleti rizsföldeken dolgozókra emlékeztet (hosszú rúd a nyakán, két végén a ballonok). Elég titokzatos volt, városi kíváncsiságunk nem hatotta meg, így sajnos nem tudtunk meg semmit a forrásvíz tartalmáról. Visszafelé a falu központjában álló új vendéglő teraszán evés-ivással zártuk a programot.

A legközelebb jövő júniusi találkozásig:

Nagy Edit



**PFINGSTTREFFEN DER DRESDENER
ABSOLVENTEN IN FERTŐD**

**(aus der Sicht
des Nachwuchses)**

2006. 06. 02 - 06. 04. / 05.



 A volt TU-sok és HfV-sok csapata idén az Ausztria közelében fekvő Fertődön jött össze, hogy a rossz idő ellenére megünnepelje Pünkösödöt.

Ez alkalommal rekordot sikerült dönteni eső tekintetében: a két ill. három nap alatt szinte teljesen végig hullott a csapadék az égből, ráadásul a faházakban nem lehetett több





7°C-nál. De mindez nem tántoríthatott el minket attól, hogy egy-két programon is részt vegyünk, amiket a Dénes-familia szervezett nekünk.

A pénteki megérkezést követően azonban először is 19:00-kor elfogyasztottuk szerény vacsoránkat, ami annak ellenére, hogy minden nap ugyanazt a háromféle menüből álló étlapot csodálhattuk meg, elég finom volt, bár a brokkoli krémleves annyira sóra sikeredett, hogy szerény személyem annak elfogyasztását követően már csak krákogni tudott.

Persze ez nem gátolta meg a szülőket abban, hogy a viszontlátás örömeit a régi egyetemi élmények felidézésével még tovább fűszerezzék!

A faházakat is említettem már: a nagyon szép kivitelezésű, szinte teljesen fából épített lakhelyek hatalmas fák alatt (és az eső miatt sárban) álltak, a szállodáról pedig ugyanez mondható el, bár szilárd falakkal és némi fűtéssel, ami ugye az előbbiekből nagyon hiányzott. A szülők – kénytelen kelletlen – a belső melegítés módszerével éltek így aztán.

Másnap első programként a Kócsagvár nevezetű múzeum megtekintése következett. Eredetileg kajakozva csodálhatták volna meg a vállalkozó szelleműek e madarakat, ezt azonban a tó három fokok mivolta és a turnusokban szakadó eső megakadályozta.



Az épület egyébiránt annyira foglalkozott ezzel az állattal, mint a szakács a brokkoli krémleves megkóstolásával: csupán egyetlen, kósza festmény emlékeztetett a Fertő-tó jelképére, egy másik pedig egy kanalas gémeát ábrázolt. A kiállítás többi részében egy preparált halat és fényképeket tekinthettünk meg, valamint egy tizenkettes betűmérettel írt ismertető szöveget a Kócsagvár építéséről. Apropó, Kócsagvár! Miután végigsétáltam a kiállításon, nem igazán értettem, mitől is „kócsag”. Nos, a titok nyitja az épületben rejlik: a múzeum két egymás felé forduló madarat formáz. Egy házaspár tervezte,



és a benne elhelyezett plakátok az osztrák-magyar együttműködésről zengnek ódákat, mely a szöveg szerint eddig példa nélküli: mindkét nemzet azon van, hogy visszaállítsa és/vagy megőrizze a Fertő-tó természetes „ritmusát”. (Többen felidéztek korábbi vizes találkahelyeinket – pl. a Szelidi tavat, ahol fürödni is lehetett, nem csak ismeretet bővíteni!)

Az ez után következő madárnézegetés is érdekes volt, csak sajnos (majdnem) mindenkinek hiányzott a látóköve, így szabad szemmel pedig annyit tudtunk megfigyelni, hogy a kócsagok, jóllehet a nádas többi részén is repültek, főleg a tóréssz közepén lévő, nagy



kiterjedésű, kör alakú résznél tartózkodtak rajokban.

Ennek a látogatásnak azonban egy idegfelesztő része is kialakult, amikor valakinek a lest körülvevő részen (mocsár) eltűnt a fényképezőgépe, ami ott-tartózkodásunk idején nem is került meg, de egy szerencsés véletlen folytán mégis meglelt. (Részletekért kérdezd a pörüljártat.)

Ebéd után biciklizni mentek a vállalkozó



kedvűek, akik közül ketten meg sem álltak a határig (összesen 14 km!).

Másnap a Fertődi Kastélyt tekinthettük meg, melynek szépsége engem még sok év után is elbűvölt. Ezután mi már indultunk haza, így nem tudom, hogy történt-e utána még valami, de ami kétségtelen: én rendkívül jól éreztem magam és biztos, hogy ha nem is ugyanakkor, ugyanott, de lesz jövőre is Pfingsttreffen!

Rudi Alexandra

Zwei gute ENTSCHEIDUNGEN

ein Rückblick auf die letzten 50 Jahre

László Tarnai verließ Ungarn 1956 als Siebzehnjähriger und kehrte 1995 wieder zurück. Nach dem Studium in Deutschland wurde er erfolgreicher Unternehmer in der IT-Branche; er vermittelte weiterhin mehr als vierhundert jungen ungarischen Programmierern Arbeit in Deutschland. Zurückblickend auf die letzten 50 Jahre erzählt er über sein Leben in Deutschland und begründet, warum es für ihn eine gute Entscheidung war, nach 38 Jahren wieder in seine Heimat zurückzukommen.



misslungenen Ehe und eine neue Beziehung in Budapest. Hinzu kommt, dass ich mich in Deutschland emotional nie richtig heimisch gefühlt hatte; ich hatte wenig deutsche Freunde und verkehrte im Privatleben hauptsächlich mit Ungarn. Allerdings muss ich sagen, dass mich die Deutschen immer sehr korrekt und sogar freundlich behandelt hatten, ich hatte nie Nachteile dadurch, dass ich kein Deutscher war. Vielleicht hängt das auch damit zusammen, dass in Bayern ein Ungar besser aufgenommen wird, als ein Preuße aus Norddeutschland.

– Du lebst seit über 10 Jahren wieder in Ungarn. Wie kam es zu Deiner Rückkehr nach 38 Jahren Deutschland-Aufenthalt?

– Ich habe Ungarn 1956 als Siebzehnjähriger verlassen und bin 1995 wieder zurückgekehrt. Viele haben mich in der letzten Zeit gefragt, warum ich München - wo ich die letzten 30 Jahre verbrachte - verlassen habe, um wieder in meiner Heimatstadt Budapest zu leben.

Auf diese Frage antworte ich immer, dass ich in meinem Leben zwei sehr gute und schicksalsentscheidende Entscheidungen getroffen hatte; die eine war, dass ich 1956 Ungarn verließ und die zweite, dass ich 1995 wieder nach Ungarn zurückgekehrt bin...

– Was war eigentlich der Grund für Deine Rückkehr?

– Dafür gibt es private und berufliche Gründe. Der private Grund war das Beenden einer

– Und der berufliche.....

– Der berufliche Grund ist vielfältiger.

Ich war als Unternehmer in der IT-Branche erfolgreich und meine Firma, ein mittelständisches Software-Unternehmen, gehörte im IBM-Umfeld zu den guten Adressen in Deutschland. Einer meiner größten Erfolge war z. B., dass IBM Deutschland eine von mir entwickelte Software als Vendor-Logo-Produkt in ihre offizielle Angebotspalette aufnahm und mit ihrer Hardware zusammen bundesweit vermarktete.

Als Ende der 80-er Jahre die wirtschaftliche Integration der alten EU-Mitgliedstaaten in eine weitere Phase trat, konnten die Unternehmen in unserer Branche auf dem nunmehr größeren europäischen Markt nur ab einer gewissen Größe erfolgreich bestehen. Hinzu kam der Zwang zu verstärkten Investitionen, um den Innovationsschüben der Informatik-Technologie Rechnung zu tragen. Um als mittel-

ständige Firma - ohne Geldgeber im Hintergrund - bestehen zu können, hätte ich mich von einigen Mitarbeitern trennen müssen, um neuen, jüngeren Leuten Platz zu machen. Das war aber nicht so einfach. Im „kapitalistischen“ Deutschland funktionierte die soziale Absicherung damals besser als im kommunistischen Ungarn. Die Entlassung von Mitarbeitern hätte für mich nach den deutschen Kündigungsgesetzen wegen der Kündigungszeit und den Abfindungen sehr viel Geld gekostet, das ich nicht hatte. Die Arbeitsrichter gehörten meistens zu der 68-er Generation und waren äußerst unternehmerfeindlich eingestellt.

Als in der ersten Hälfte der 90-er Jahre Deutschland in eine rezessive Phase kam und dadurch das Geschäft noch schwieriger wurde, wollte ich unter diesen Umständen nicht mehr weitermachen.

*- Zurück ein halbes Jahrhundert...
wie war Deine Studienzeit?*

- Ich habe nach meinem Abitur im ungarischen Gymnasium Kastl, ab 1959, in Karlsruhe studiert und 1965 mein Diplom als technischer Volkswirt gemacht. In der Studienzeit habe ich mich auch politisch betätigt und war 1962-1963 Vorsitzender des Ungarischen Studentenverbandes in Deutschland (MEFESZ), wo damals über 1000 ungarische Studenten lebten. Ich habe zu dieser Zeit - und auch später - ungarische Hochschulwochen und andere Begegnungsveranstaltungen organisiert. Dadurch habe ich ein Jahr länger als üblich studiert, wobei ich diesen Zeitverlust nicht bereue, weil ich weiß, andere junge Leute haben 1956 ihr eigenes Leben riskiert bzw. verloren für die selbe Idee.

Nach dem Studium fing ich sofort bei IBM Deutschland an, wo ich mir bereits nach wenigen Jahren eine recht gute Position im Vertrieb erarbeitet hatte. Ich wollte aber selbstständig werden und habe deshalb IBM verlassen und ab 1972 meine Firma, die R+S Software-Systeme GmbH aufgebaut.

- Dazu war eine ganze Menge Mut notwendig!

- Meine IBM-Kollegen wollten damals gar nicht glauben, dass ich meine gutbezahlte Stelle aufgabe und den Sprung ins Ungewisse wage. Dazu hatte ich jedoch einen guten Grund. Ich hatte damals schon frühzeitig erkannt, dass im IT-Bereich der Schwerpunkt von der Hardware immer mehr in Richtung Software - ganz speziell zur standardisierten Anwendungssoftware - verlagert wird. Rückblickend gesehen war diese Erkenntnis die Grundlage meiner späteren Erfolge. Als Ausländer erfolgreich zu sein, war auch schon deswegen nicht so einfach, weil man die Kontakte und Beziehungen - über die ein Deutscher durch seine Wurzeln in Deutschland bereits verfügt - nicht hat, und so alles durch eigene Geschäftstüchtigkeit, Kreativität und Ausdauer erarbeiten muss.

- Du hast auch viele ungarische Programmierer beschäftigt...

- Ich war der erste, der ab Ende der 70-er Jahre im größeren Umfang ungarische Programmierer nach Deutschland holte und ihnen Arbeit vermittelte bzw. größere Projekte für die Abwicklung in Ungarn organisierte. Insgesamt waren es über 400 Programmierer bzw. IT-Fachleute, die in den letzten 25 Jahren durch mich in Deutschland oder in deutschen Projekten tätig waren. Durch ihren Deutschland-Einsatz konnten diese jungen Programmierer die modernen westlichen Technologien kennenlernen und ihre deutschen Sprachkenntnisse verbessern. Auf diese Weise habe ich damals zu einer wirtschaftlichen und menschlichen Öffnung in Richtung Westen beigetragen.

In diesem Zusammenhang möchte ich noch erwähnen, dass ich damals einigen, heute in Ungarn bekannten Unternehmern, wie z.B. Gábor Bojár von Graphisoft oder Pál Vadász von Montana auch geholfen und dadurch zu ihrem heutigen Erfolg beigetragen habe.

- Und das Privatleben?

- Zwei Ehen und drei Kinder in Deutschland, das ist die Bilanz. Mein Sohn hat heute,

man kann schneller Freundschaften schließen, kurz gesagt: Ich fühle mich hier wohler in meiner Haut. In Ungarn lebt man intensiver: sowohl die negativen als auch die positiven Erfahrungen sind extremer, ausgeprägter als in Deutschland. Und wenn man es versteht, auf der einen Seite die schlechten Erfahrungen zu meiden bzw. nicht so ernst zu nehmen, und auf der anderen Seite die guten Erfahrungen bewusst wahrzunehmen, fühlt man sich in Ungarn sehr wohl.

Was ich jedoch heute als sehr störend empfinde, ist die politische Atmosphäre und der wirtschaftliche sowie moralische Rückschritt, den ich in Ungarn in den letzten Jahren erleben muss. Die bewusste Irreführung der Menschen, die Lügen und Versprechungen einiger Politiker – die von den Medien weitgehend sehr unkritisch und einseitig präsentiert werden – erinnern mich an die bekannte Phraseologie, die mir durch meine Erinnerungen an die Zeit vor dem politischen Wechsel 1989 sehr bekannt ist.

– Aktiv bist Du aber weiterhin, oder?

– Ich habe nach meiner Rückkehr in Ungarn eine neue Firma gegründet und führe die Vermittlungstätigkeit für IT-Projekte und -Dienstleistungen weiter. Durch meine guten Kontakte sowohl in Deutschland als auch in Ungarn konnte ich mich auch in Ungarn recht gut behaupten und wurde sogar für meine guten Exportergebnisse von IVSZ (Verband der Informatikunternehmen in Ungarn) 2003 und

2004 mit dem Preis „Software Export Award“ ausgezeichnet.

Darüber hinaus habe ich mit einem deutsch/ungarischen Partner aus München vor einiger Zeit einen Hightech Marketing-Service für deutsch-ungarische Wirtschaftsbeziehungen ins Leben gerufen, der einen verstärkten Informationsaustausch und Kommunikation zwischen ungarischen Hightech-Unternehmen sowie Forschungsinstituten bzw. Universitäten und der deutschen Wirtschaft fördern soll. Wir haben bereits in enger Zusammenarbeit mit MTA SZTAKI (Forschungsinstitut für Automatisierung und Informationstechnologie) 2004 und 2005 zwei Informationsveranstaltungen (Hightech Forum) als Plattform für die Präsentation von aktuellen ungarischen Forschungs- und Entwicklungsprojekten veranstaltet. Ich versuche durch diese Tätigkeit den weiteren Ausbau der Kooperation zwischen Deutschland und Ungarn im Bereich der Informationstechnologie und Automatisierung zu fördern.

Ich arbeite jedoch nicht mehr so intensiv, wie früher. Ich habe mehrere Hobbys, wie Reisen, Tennis, Turnier-Bridge, usw. Durch die Neuorientierung meiner Lebensform in Ungarn kann ich meine beruflichen und privaten Interessen besser in Einklang bringen; es bleibt jetzt viel mehr Zeit für mein Privatleben, und das ist gut so.

– Ich wünsche Dir viel Erfolg und Freude für die nächsten Jahre und danke für das Gespräch.

Ohne Brille sehen Sie **BESSER** (**AUS**)!

 In unserem Verein verbindet uns unter anderem, dass wir uns gern mit der deutschen Sprache befassen, und uns einbilden, sie einigermaßen zu beherrschen. Man weiß aber nicht, wie viele von Euch Deutsch als ein Mittel des Sprachspiels, als Quelle des Humors betrachten!

Genau das hat Zsófia Szivi, Philologie-Studentin der ELTE, in einer Stilistik-Hausarbeit getan. Sie hat die deutsche Werbesprache studiert, um herauszufinden, welchen sprachlichen Mitteln sich die Werbeindustrie bedient, um unsere Aufmerksamkeit zu erregen, unsere Emotionen zu wecken, unsere Gedanken für intellektuelle Herausforderungen zu beanspruchen.

Zsófia hat uns erlaubt, einige der von ihr gesammelten Werbeslogans hier nachzudrucken. Sie hat mit einem Klassifizierungsschema gearbeitet, dessen ausführliche wissenschaftliche Beschreibung uns diesmal erspart bleibt. Dennoch haben wir ihre Kategorisierung beibehalten. Zum besseren Verständnis steht in Klammern jeweils eine kurze Erklärung oder zumindest der Name des Produkts oder Industriezweiges zur Hilfe.

SLOGANS MIT PHONETISCHEN UND GRAPHOSTILISTISCHEN MITTELN



Intarsia

WohLTUend anders. (*LTU Transport*)
Die Seiten **änDern** sich! (*Neues Deutschland*)

Lautersetzung:

Der **Appel** fällt nicht weit vom Stamm. (*Appel Bauunternehmen*)

Reisz mich auf und mach mich alle! (*Aufreizer Getränke*)

Wir wissen, wie Ihre Kunden **klicken**. (*Computer*)

Verflugt günstig! (*Fluggesellschaft*)

Das **smett** mir. (*Smett Ernährung*)

Das **Immernet**. (*Internetdienste*)

Alles wird **becher**! (*Müller*)

Es geht auch **krüger**! (*Krüger Getränke*)

Sei **net** zu deinem Geld! (*Netfonds*)

Der absolute **Wohnsinn**. (*Einrichtung*)

Homophonie mit Lautersetzung

Mehr Spass. Meer erleben. (*Touristik*)

Comdirect ans Ziel. (*Comdirect Finanzen*)

Com auf neue Ideen. (*Lastminute.com Touristik*)

Günstixt. (*E-stixt Verkehrsmittel*)

Chegg dir das Gelbe vom Ei. (*Chegg.net Internetdienste*)

Lauthinzufügung:

Zu(g)künftig BSB! (*Breisgau S-Bahn*)

Die **Traum(hausbauer)**! (*Bauwirtschaft*)

Lang(k)lebig. Umweltschonend. Preisbewusst. (*Bauwirtschaft*)

Stoffe für **Wohn(t)räume**. (*Einrichtung*)

Interleicht – interschnell – **internett**. (*Internetdienste*)

Sekundäre graphostilistische Stilelemente:

Iiyappadappaduh! (*Iiyama Computer*)

S'zischt. (*Getränke*)

Mode **sooo** günstig!

Isse cremig – **isse** Wahnsinn. (*Joghurt*)

Glück glück glück ist ein frisches Diebels. (*Diebels Getränke*)

Der schlanke Snack, der länger **knaXXt!** (*KnaXXmi Würstchen*)

Soorangig! (*Orangen Perle Getränke*)

Das **märki** ich mir! (*Märki Möbel*)

Primäre graphostilistische Stilelemente:

Effizient mobil. (*Porsche Bank*)

MehrWert für Ihr Vermögen. (*Finanzen*)

Mehr **Sport** wagen. (*Mazda*)

Hinterlässt **EinDruck**. (*Bürobedarf*)

Entdeck **Mal aysia!** (*Touristik*)

Attraktiv5er. Sportlich5er. Wertvoll5er. (*BMW 5er Highline*)

Alles, **außer** gewöhnlich.

Wohnlich t. (*Einrichtung: Lampen*)

So isst man heute. (*Iglo*)

Aperitif. Jeder isst dabei.

SLOGANS MIT

PHRASEOLOGISMEN



Remotivation:

Machen Sie **sich aus dem Stau!** (*Finanzen*)

Wir **haben** nur Ihre Augen **im Kopf.** (*Optiker*)

Wir **machen** Ihrer Werbung **Beine.** (*Werbeläufer*)

Da **stimmt** die **Chemie.** (*Chemiekonzern Melamin*)

Veränderung:

Der Klügere **liest** nach.

Auf und **Davos.** (*Davos Touristik*)

Das Auge liest mit – Schöne Bücher für kluge Leser. (*Buchverlag*)

SLOGANS MIT

AD-HOC-KOMPOSITA

(WORTBILDUNGSEBENE):



Die **Spieleversteher.** (*Internetdienste*)

Das **Immer-besser-Prinzip.** (*Computer*)

Alpig, sahnig, **Alpia.** (*Schokolade*)

Wohnduft zum Wohlfühlen. (*Aromair*)

Hörsinnig gut. (*Medien*)

Für **Schlaubucher.** (*Avigo Touristik*)

Stressfreistaufrei. (*Transport*)

Die tolle **macht-so-viel-so-einfach** Rolle. (*Haushalt*)

Das Erlebnis-Meerwasser-Brandungsbad

Für **Besseresser.** (*Ernährung*)

Frechbuntlecker. (*Kaugummi*)

Mit dem **Verwöhnaroma.** (*Jakobs Krönung*)

Mit 5 **Milchkammern!** (*Kinder Schokoriegel*)

Rot, rund, **halsgesund.** (*Neo-Angin*)

BEABSICHTIGTE

MEHRDEUTIGKEIT



Mit Sicherheit mehr vom Fahren.

Einfach ein Auto kaufen. (*autoborse.de*)

Mit Sicherheit mehr erleben. (*Finanzen*)

Zug um Zug Gesundheit. (*Bahn BKK Gesundheit*)

Natürlich nasch ich. (*Balisto Ernährung*)

Freunde telefonieren **mobil.** (*Kommunikation*)

Klasse gemacht. (*Mercedes A-Klasse*)

Der **Gesundheitskonzern.** (*Gesundheit*)

Dienst. Leistung. (*Technologie*)

Wer uns **findet, findet** uns gut. (*Kaiserslautern Touristik*)

Damit's **fruchtet!** (*Getränke*)

Und alles ist **Bon.** (*Kinder Schokobon*)

Wir **handeln.** (*Lidl*)

Überflügelt Ihre Erwartungen. (*Transport*)

Einfacherleben. (*Touristik*) /einfach erleben + einfacher leben/

Ohne **Brille** sehen Sie besser (**aus!**) (*Optiker*)

Szivi Zsófia: Normverstoß als Stilmittel in der deutschen Werbesprache, Auszug. 2006.

IN MEMORIAM

Péter Bacsinszky

Zwei unserer aktivsten Vereinsmitglieder, das Ehepaar Karin und Tibor Bacsinszky, trauern um ihren Sohn Peter.

Wenn ein geliebter Mensch stirbt, hat man das Gefühl, es könne nicht angehen, dass die Welt sich weiterdreht. Doch alles geht seinen Weg. Die Welt dreht sich einfach weiter, und zurück bleiben Schmerz und Trauer, aber auch Dankbarkeit für eine wunderbare, gemeinsame Zeit.



*Es wehte der Wind
ein Blatt vom Baum,
von vielen Blättern eines,
doch dieses eine Blatt allein
wird uns fehlen,
wie sonst keines.*

PÉTER BACSINSZKY
1979–2006

Péter war 19 und hatte gerade sein 4. Semester an der Universität in Jena begonnen, als die Rückenschmerzen begannen. Nach langen Wochen der Ratlosigkeit und des Suchens nach einer Ursache für die immer stärker werdenden Schmerzen stand die Diagnose fest: Krebs!

Die Behandlungen zogen sich hin, aber nach zwei Jahren schien der Kampf gewonnen zu sein. Im Juli 2004 kam es leider zu einem Rückfall.

Péter wollte noch so gerne leben, noch so viel lernen und entdecken. Darum hat er gekämpft, immer wieder gehofft und es doch nicht geschafft.

Heute, nahezu drei Monate ohne unseren Großen – ohne seine Fröhlichkeit, seinen Mut und seine Zuversicht – versuchen wir unsere Gedanken zu sortieren und Worte zu formulieren.

Mit dieser Gedächtnisseite möchten wir für unseren Peti eine kleine, dankbare Erinnerung schaffen.

LUST AM LEBEN

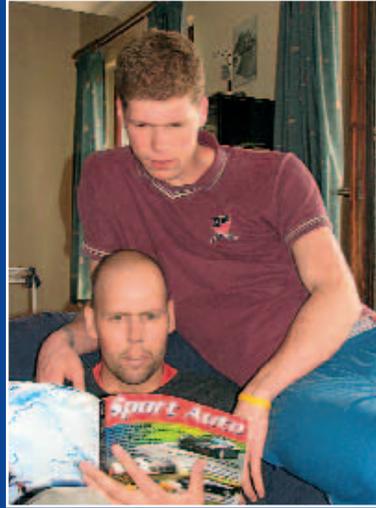
Deine Fröhlichkeit, deine Lust am Leben
hat soviel Wärme in unser Heim gebracht.
Es hat Spaß gemacht, mit dir zu lachen.



Keiner kann das Lächeln eines ändern



SPORT UND SCHNELLE AUTOS



*Sommer 2005, Peti und Dani
bei der Formel 1 in Budapest*



*Sommer 2006, Peti und Tóni
erwarten mit Spannung die WM 2006*

DIE LIEBE

*Die Liebe hat sich gewandelt:
 Sie ist nun unendlich zart
 und doch so stark,
 still
 und dennoch voller Lebendigkeit,
 fern,
 aber in jedem Augenblick gegenwärtig
 sie ist geheimnisvoll
 und doch ganz klar,
 rein und frei
 von allen Dingen dieser Wel*



*Nun ist sie daheim
 in der Geborgenheit des Herzens,
 im Schutze der Erinnerungen:*

*unantastbar,
 unbesiegbar,
 unverlierbar*

Irmgard Erath



DANKE, ANDI!

FOTOGRAFIEREN

Peti hat in seinem letzten Lebensjahr das Fotografieren für sich entdeckt und war davon begeistert.

Wir erinnern uns noch genau an den Tag, an dem dieses Foto entstand. Tibi und Peti waren auf dem Weg zu einem Pferdehof, um dort ein Hufeisen abzuholen. Es sollte ein Geschenk für ein junges Brautpaar werden. Ein kleiner Umweg führte die Beiden in die Nähe des Flughafens. Peti war begeistert, denn die Flieger hoben direkt über ihren Köpfen ab. Er wäre gerne Fluglotse geworden.



*„Blumen können nicht blühen,
ohne die Wärme der Sonne.
Menschen können nicht Mensch werden,
ohne die Wärme der Freundschaft.“*

*Peti's letztes Foto, es entstand
3 Wochen vor seinem Tod.*



Wir möchten nicht vergessen, uns bei all denen zu bedanken, die uns in sehr vielfältiger Weise unterstützt haben.

Danke!

Karin Bacsinszky

Global **SUCCESS?** Kein **PROBLEM!**

Im November 2003 war in der Centrális Galéria (CEU) die Ausstellung „Leben und Form – Schon wieder DDR-Design“ zu sehen. Da stellte man sich die Frage, ob das Thema immer noch nicht ausdiskutiert sei. Nun, das Thema ist wieder aktuell, wenn auch in einer anderen Form. Die Gründe dafür liefert uns Otto Korencsy.

 Führende Analysten und Medienberaterunternehmen aus den USA haben im vergangenen Monat eine bahnbrechende Studie veröffentlicht, aus der eindeutig hervorgeht, was Marketing- und PR-Unternehmen bereits seit längerer Zeit spüren, mangels einschlägiger research data bis jetzt jedoch nicht nachweisen konnten; nämlich dass weitgehende Segmente des Ausstellungseröffnungsmarktes für goods made in East Germany (siehe Picture 1) noch

relativ ungesättigt sind, was eine unmittelbare Reaktion seitens zukunftsorientierter und sozial verantwortlicher kleiner und mittelständischer Unternehmen auf die Erschließung dieses heißumkämpften Marktes mit sich ziehen kann.

Um in die oben erwähnten Marktnischen effizient und nachhaltig eindringen zu können, raten Anlageberater davon ab, unüberlegt und schnell zu handeln. Was gefragt ist, ist goods



management. Aber ein souveränes Umgehen mit goods allein verspricht noch lange keinen Erfolg; denn wer erfolgreich sein will, muss die archetypischsten Merkmale und Eigenschaften des Ausstellungseröffnungsmarktakteurs genauestens studieren und effizient nutzen.

Da führende US-Beraterfirmen und Analysten diesem Marktsegment wachsende Zukunftsperspektiven versprechen, einigten sich board, Aufsichtsrat und human resource-Management von Graduate News (Absolventen-nachrichten) darauf, das Phänomen einer Shapiro-Valleano-Analyse zu unterziehen, damit sich unsere Indikatoren bezüglich des Ausstellungseröffnungsmarktakteurmessverfahrens in Richtung reliable Wachstum bewegen.

Der erste Schritt besteht in der Identifizierung des typischen Verhaltensmusters im Falle einer Konfrontation mit einem East German Product (in der einschlägigen wissenschaftlichen Fachliteratur als EGP bekannt), z. B. einer FLORENA CREME, wobei der Name selbstverständlich nur stellvertretend für alle anderen EGP mit einer random-sample-Methode ausgewählt wurde. Der mit modernster digitaler (US-) Technologie festgehaltene Augenblick spricht Bände! Am markanten, weltoffenen und zugleich global ausgerichteten Lächeln der VerbraucherINnen lassen sich die charakteristischsten Züge dieses Kunden-



segments auf den ersten Blick erkennen, die unbeschwert zukunftsorientierten Blicke der Zielpersonen, ihre von unerschütterlicher Markentreue Zeugnis ablegenden Designer-einzelstücke lassen den eingeweihten Kenner ihre wichtigste Eigenschaft als Konsumtionsmesseinheit erkennen: die ultimative Bereitschaft, für den nachhaltigen optischen Genuss alle zur Verfügung stehenden liquiden Mittel auszugeben.

Das perfekt gewählte Ambiente: die protestantisch weiß und schmucklos getünchten Wände, die in idealer Höhe mit edler Einfach gezogenen Buchstaben und die im Hintergrund dezent versteckte, jedoch die dröhnende Wirtschaft mit überzeugender Kraft heraufbeschwörende Unterwäsche sind ausnahmslos Teil einer bewußt kalkulierten, sorgfältig konzipierten Komposition der Verbraucherverhaltensdarstellung. Ein Meisterwerk des unternehmerischen Designs sind die keck gestylten Schnurrbärte einiger Marktakteure, die dem Gesamtkonzept einen angenehm lockeren geographischen Hauch verleihen.

Der zweite Schritt der Shapiro-Valleano-Analyse besteht in der Identifizierung der Produktpalette, deren erste Etappe kurz und einprägsam „Magie des Namens“ genannt wird.

Wenige wissen, dass ein gut gewählter, wohlklingender und global anwendbarer brand-



name wohl der wichtigste Schritt zum Erfolg ist. In unserem hektischen, täglich kleiner werdenden global village muss ein Markenname am Ganges genauso ohrenfreundlich klingen wie im kolumbianischen Hochland oder in Üsti nad Labem. Eine Harmonie der Schälle (in der US-Fachliteratur sound-balance) zwischen Vokalen und Konsonanten, eine dynamische und konkurrenzkräftige Laut-structure sind des halben Erfolgs Unterpfand.



MITROPA in den Farben global blue und dynamic green, ein Name, der die Welt einst umschlingende Midgardschläge der germanischen Mythologie vergegenwärtigt und diese mit dem europäischen Einigungsprozess verbindet, MITROPA, die in dieser künstlerisch-unternehmerisch perfekten Form wohl nie wiederholbare Wort-structure eröffnet dem souveränen Analysten, der nicht zwischen Luxus und Zuverlässigkeit entscheiden will (er will nämlich beides), einen Ozean an Interpretationsmöglichkeiten: MIT EUROPA, in MITten der TROPen, und wenn wir die Grenzen der deutschen Sprache verlassen, stoßen wir auf weitere, bis dahin ungeahnte Interpretationsmöglichkeiten, die uns die freundliche Globalisierung erst erreichbar macht: Die schwedischen Wörter TRO (glauben) und ROPA (rufen), oder gar das italienische Wort für Maschinengewehr MITRA sind in dieser unnachahmlichen Lautkette festgehalten, um von der Gottheit MITHRAS ganz zu schweigen,

der wohl der heidnische Schutzheilige der Mitropa-Kunden ist.

Ein schöneres Beispiel für den slogan „think global act local“ ließe sich wohl kaum identifizieren, denn hinter diesen global orientierten Erzeugnissen steht der Standort Deutschland, wo diese höchstästhetischen, genderfreundlichen und handlichen Produkte mit deutscher Präzision als deutsche Wertarbeit hergestellt wurden.

In den krisengeprägten schweren Zeiten des Strukturwandels stellen sich immer mehr Verbraucher die Frage: was braucht der Mensch eigentlich? Die Antwort ist eindeutig, wenn wir die nachhaltige Entwicklung vor Augen führen: alles, nur umweltfreundlich! Daher muss der umweltbewusste Kunde mit nachhaltig konzipierten und erneuerbaren Produkten konfrontiert werden! Die auf dem (mit modernster digitaler, US-Technologie angefertigten) Bild abgebildeten Gegenstände geben eine markante Antwort auf die Herausforderung, mit der der Verbraucher täglich konfrontiert wird: was braucht der Mensch eigentlich? Sunglasses gegen die globale Erwärmung, und um das mörderische Ozonloch auszutricksen; Uhren, mit denen die genaue time, die seit dem EU-Beitritt verstrichen ist, ermittelt werden kann; Käämme und Rasierapparate aus umweltfreundlichem Material, denn eine weitere Herausforderung des Klimawandels: ein globaler Mutant unseres bisher in nationale Grenzen eingepferchten Hausfreundes, der Staubmilbe steht vor der Tür! Mit unserer von einem zuverlässigen, in verschiedenen Forschungsinstituten der USA tätigen Team entwickelten Methode können die unangenehmen Reste der Milbe aufs Einfachste aus Körperhaaren outgesortet werden!

Als Ergebnis des ultimativen Geschlechterkampfes brauchen die modernen, global orientierten, sozial verantwortlichen und maingestreamten females kein Arsenal mehr an Schminkutensilien, die in der Vergangenheit ohnehin den Interessen sexistischer-chauvinistisch geprägter phallokratischer Männerhorden gedient hatten; die dargestellten

Farben; die bekannte global blue (der blaue Planet!) in diversen Nuancierungen, sustainable grey und lifelong brown sind sozusagen Symbole des echten, wahren, (wenn es unbedingt sein muss: lebenslangen) sowie unbeschwertes Frauseins geworden. Der Nagellack in der Farbe challenge red kann auch vom netten Schwulen von nebenan erfolgreich eingesetzt werden, vom pink konzipierten Lippenstift ganz zu schweigen. Im innovativen, schwungvoll gestalteten, mit future orange umrahmten Spiegel kann der/die/das Geschminkte das Resultat seiner/ihrer/seiner Tätigkeit gleich nach Beendigung derselben einer sorgfältigen Prüfung unterwerfen.

By the way Tätigkeit. Arbeit. Besser gesagt activity oder work. Die dynamisch, mit souverän ergonomischer Linienführung vom Traum in die Wirklichkeit logistisch optimal herübertransportierte lamp (Tischlampe, US-Design) der Energieklasse A ist imstande, den verknöchertesten Globalisierungskeptiker von den offensichtlichen Vorteilen des weltweiten liberalen Handelns zu überzeugen: dieses Spitzenprodukt europäischer Vorstellungskraft kann ohne jegliches outsourcing oder gar Stand-

ortverlagerung in Billiglohnländer auch auf heimischem Boden effizient und wettbewerbsfähig hergestellt werden.

Dass Forschung und Entwicklung die Standortvorteile der östlichen Hemisphäre des Kontinents nutzen, spiegelt sich in modernster digitaler Zellulartechnologie wieder: high tech reicht Tradition (tradition) die Hand. Das bescheiden anmutende Gerät birgt in sich competitiveness gepaart mit unternehmerischer Finesse. Das grey model und das black wonder nutzen die ABLD/HSMW/PTC-Technologie genauso wie die OPT-LGR Bandbreite, was eine ungestörte, optimal gesteuerte globale Kommunikation zu Spottpreisen (120 €/Min) ermöglicht.

Da das oben geschilderte Marktsegment noch weiterer, intensiver Forschungs- und Entwicklungsmaßnahmen bedarf, dürfen wir mit den spärlichen Zeilen in dieser kurzen Abhandlung selbstverständlich nicht zufriedengeben. Hiermit möchten wir alle Marktakteure, Verbraucher und weiteren Analysegegenstände auffordern, ein global player zu sein!

Unser Otto



„Mit dem MOTORRAD durch den ZEUNER-BAU“

Erinnerungen ehemaliger TU-Studenten

↘ Mit Dresden verbindet mich die Erinnerung an meine schönsten Jugendjahre, die Studienzeit. Die Zeit, da wir finanziell ohne Sorgen, mit 130 Mark Stipendium und zehn Mark Miete im Studentenwohnheim, die Lebensmittelkarten-Ration aufgebessert durch materielle Zuwendungen der Eltern, unsere Freiheit und Freizeit genossen haben.

Dresden, das war mein erster erschütternder Eindruck im Sommer 1952, als wir, eine Schulklasse aus dem mitteldeutschen Geiseltal, auf der Zugfahrt ins Ferienlager nach Schöna die Umsteigepause nutzen durften, um einen Spaziergang durch die Prager Straße zu machen. In der Kleinstadt im Wesentlichen vom Krieg

verschont, sahen wir nun eine total zerstörte Stadt, eine Ruinen-Landschaft, in der das Leben pulsierte wie im Ameisenhaufen.

Dresden, das war ab 1956 dann meine zweite Heimat für sechs Jahre, das war das „Aquarium“ in der Schandauer Straße 76 in Striesen, ein mehrgeschossiges Produktionsgebäude der Zeiss-Ikon. Über uns liefen mehrschichtig die Maschinen, wir wohnten in Zwölf-Mann-Zimmern, und unser Glück wäre vollkommen gewesen, hätten nicht die Klausuren und Belege gestört.

Dresden, das waren die Raupen, die mit Stahlseilen die Ruinen der Villen im Stadtteil Plauen einrissen.





Dresden, das war unser Mensa-Essen für 70 Pfennige, das war unsere 100-Gramm-Fleischmarke, eingelöst am Sonntag in der „Sonne“ in Tolkewitz.

Dresden, das war der donnerstägliche Witwenball im Volkshaus Laubegast und der Mitleid und Rührung erregende Einblick in die Wohnverhältnisse mit ihrer beklemmenden Enge, wenn man das Glück hatte, Auserwählter oder „Abstauber“ zu sein.

Dresden, das war das „Tal der Ahnungslosen“. So wurde das technische Interesse des Genossen Heimleiters, unseres unvergessenen Max Reiche, geweckt. Auf dem Dach des Studentenheimes durften wir tatsächlich einen UKW-Antennen-Drehmotor installieren, um die Hilfe des Verstärkers wenigstens UKW-Nord empfangen zu können, im ständigen Kampf gegen das wetterabhängige Verstummen des Senders.

Dresden, das war der Vorteil des schlechten Fernsehempfanges und der mäßigen Nachfrage nach Fernsehgeräten, die uns die Chance gab, uns nachts an den zehn bis 15 Fernseher-Verkaufsstellen anzustellen, um früh in die Liste eingetragen zu werden und dann die Geräte (Fernsehtruhe „Carmen“ für 2880 Mark) mit kleinem Aufpreis nach Mitteldeutschland umzuleiten, eine willkommene Aufbesserung unseres Stipendiums.

Dresden, das war die Autobahn-Auffahrt Nord Hellerau, von der aus wir per Anhalter nach Königs Wusterhausen bei Berlin fuhren, um für Ostgeld die Filme mit dem Prädikat „besonders wertvoll“ am Bahnhof Zoo zu sehen,

oder im Olympiastadion Fußball-Länderspiele, oder in der Waldbühne die internationalen Schlagersternchen.

Dresden, das war der Ausgangspunkt unserer (illegalen) Studenten-Trips, per Anhalter nach Berlin, von Tempelhof mit kostenlosen ARTU-Flügen über die Grenze nach Hannover und von dort als Tramper durch Deutschland, oder mit eingetauschem BRD-Reisepass durch Europa, bis nach Indien; einer fuhr zur Verlobung nach Venedig. Im September saßen wir wieder anständig und staatsbewusst im Hörsaal.

Dresden, das waren auch nachdenkliche und traurige Episoden, wie die schmerzliche Trennung mancher Studentenliebe durch die Mauer am 13. August 1961, die Hilferufe unserer Mitstudenten, denen die Mauer die Rückkehr nach dem Trip verwehrte und denen wir die Testate und Belegnoten aus den TH-Geschäftsstellen holen und nach „drüben“ schicken mussten.

Dresden, das war auch diese Episode: Mein Friseur in der Schandauer/Ecke Lauensteiner (für eine Mark), dem der ältere Kunde auf dem Friseurstuhl mit Kreislaufkollaps zusammenbrach und der sich aufopferungsvoll um ihn bemühte, bis er ihn wieder auf den Beinen und auf der Straße hatte, und der dann erleichtert aufatmete: „Ein Glück, dass er mir nicht auf dem Stuhl gestorben ist, was hätte mir der das Geschäft geschädigt.“

*Fritz Rath: Im tiefen Tal der Ahnungslosen
(aus dem Absolventenmagazin
der TU Dresden)*

LUCA SZÉKE

Mottó: „Eine Kuh macht Muh, viele Kühe machen Mühe.“

Kedves Újszülöttek!

Hozzátok szeretnék most szólni, akiknek minden vice új. Igaz, ez nem is vice. Csak már megint a tagdíjbefizetésről meg a csekkekről lesz szó, és meg szeretném kímélni az elolvasástól azokat, akik egyébként is mindent példásan csinálnak, tehát:



Tudatában vannak annak, hogy a befizetési csekken – amit fénymásolatban a postától megkapunk – a „Befizető neve, címe“ rovatba írottak alapján készítjük el bevételi nyilvántartásunkat, javítjuk, aktualizáljuk levelezési címlistánkat. Ezért



egyként **ráírják nevüket és címüket a csekkekre**, sőt, ha banki átutalással fizetnek, ott is feltüntetik. Irántunk való figyelmességből ezt létező legolvashatóbb írásukkal teszik.



Jelzik, ha címük megváltozott, esetleg utalnak korábbi, már érvénytelen címükre. Ez megkönnyíti számunkra a feladó azonosítását, és megkímél attól, hogy feleslegesen küldözgessük kiadványainkat.



Több elérhetőségük közül takarékosagból **azt a lehetőleg belföldi címet tüntetik fel, ahová küldeményeinket (újság, meghívók) várják**, még akkor is, ha egyébként egyformán alkalmas számukra, hogy itthoni vagy külföldi címükre, munkahelyükre, cégükhöz vagy szüleik címére küldjük.

Luca

info@nemet-diplomasok.hu

BANKSZÁMLÁNK: OTP BANK RT. BUDAPEST XVI. KER. FIÓK (HU) 11716008-20130020

www.nemet-diplomasok.hu

Felelős kiadó / *Verantwortlicher Herausgeber*: Bornemissza Tamás, az Egyesület elnöke • Szerkesztőség / *Redaktion*: Bacsinszky Karin, Fixl Renáta, Korencsy Ottó, Nagy Edit, Rudi Alexandra, Szivi Luca, Szivi Zsófia • Szerkesztés, tördelés / *Layout*: Rác Julianna • Lektor / *Lektor*: Hambuch Erika • A szerkesztőség címe / *Adresse*: 1631 Budapest Pf. 28. Fax: 36-1-403-6412 • Nyomás / *Druck*: Raabe-Kiadó Budapest – Regia Rex Nyomda Székesfehérvár • Megjelenik 1250 példányban, évente háromszor *Erscheint jährlich dreimal, Auflagenhöhe*: 1250